

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**А. И. Короткевич, М. А. Трубенко**

*Гомельский государственный технический университет  
имени П. О. Сухого, Беларусь*

На сегодняшний день существует большое количество вариантов выхода предприятий из кризисной ситуации, в том числе, поддержании и повышении конкурентоспособности как продукции, так и предприятия в целом. Организации могут разработать новую технологию и выйти на рынок с совершенно новым товаром. Также большинство фирм видят выход в закупке технологий или реорганизации предприятия (например, в создании совместных предприятий).

Аналогичная ситуация сложилась в последнее время на ОАО «Электроаппаратура». Три года назад предприятие провело политику техноперевооружения и освоило производство бытовых кухонных плит. Основная проблема заключается в невостребованности данного вида продукции. ОАО «Электроаппаратура» не обладает необходимыми технологиями и оборудованием для производства конкурентоспособных плит. Руководство организации нашло выход из данной ситуации. Для повышения эффективности работы и

упрочению позиций предприятия на рынке было принято решение о создании совместного производства с ОАО «Атлант», одним из крупнейших производителей бытовой техники в Республики Беларусь. Так как ОАО «Атлант» наладил широкое производство холодильников, стиральных машин и электрочайников, а ОАО «Электроаппаратура» занимается производством кухонных плит и утюгов, то было принято решение по созданию совместной линии бытовой техники под единой маркой. Обладая более современными технологиями, оборудованием и знаниями, ОАО «Атлант» при совместном сотрудничестве поможет повысить эффективность работы ОАО «Электроаппаратура».

ОАО «Атлант» заинтересован в создании совместной линии товаров для увеличения объемов реализации своей продукции и соответственно прибыли. ОАО «Электроаппаратура» также в этом заинтересовано. И при этом добьется увеличения реализации своих товаров за счет более раскрученного бренда.

ОАО «Атлант» хорошо известное предприятие как в Республике Беларусь, так и за ее пределами. Для оценки мнений потребителей о данном предприятии и его продукции был проведен опрос потребителей. В результате опроса было выявлено, что отношение потребителей к самому предприятию сложилось положительное. Но при этом, как оказалось из опроса, у 91 % опрашиваемых ОАО «Атлант» ассоциируется только с производством холодильников. Также 7 % из опрашиваемых знают о том, что ОАО «Атлант» занимается еще производством стиральных машин. При этом качество холодильников данного предприятия оценивается как высокое у 98 % опрошенных, а качество других товаров как низкое – 87 %. Но также было выявлено, что только 32 % потребителей желали бы приобрести себе кухонную плиту марки «Атлант».

Исходя из всего вышесказанного, ОАО «Электроаппаратура» следует рассмотреть еще дополнительные варианты по созданию совместного производства. Для этого необходимо выбрать наиболее известные бренды производителей бытовой кухонной техники в Республике Беларусь.

Для выбора наиболее эффективного бренда был проведен опрос потребителей кухонной техники. В результате опроса были получены следующие результаты (рис. 1):

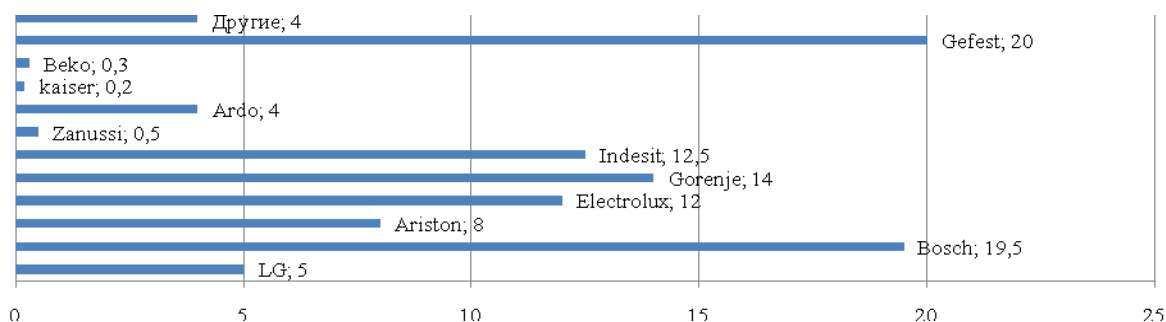


Рис. 1. Наиболее популярные бренды кухонной техники на территории Республики Беларусь

Как видно из информации, представленной на рис. 1, мнения потребителей разделились. Наиболее популярными брендами кухонной техники на территории Республики Беларусь являются Гефест, Бош, Горение, Индезит и Электролюкс.

Но сотрудничать с ОАО «Электроаппаратура» согласны только производители марок «Bosch» и «Gorenje».

Оба предприятия предлагают приобретение франшизы. Компании «Bosch» и «Gorenje» заинтересованы в расширении своей деятельности, поэтому предприятия

поставляют новое оборудование для производства плит, занимаются обучением персонала. Выбор поставщиков сырья, материалов и комплектующих также определяется фирмами самостоятельно. Окончательная сборка и производство всех необходимых внутренних деталей будет осуществляться на ОАО «Электроаппаратура».

Для определения наиболее эффективного варианта сотрудничества был произведен расчет всех затрат для каждого варианта сотрудничества по трем случаям: оптимистическому, реалистическому и оптимистическому. При этом брались в расчет как единовременные затраты (на покупку франшизы, приобретение необходимого оборудования), так и постоянные затраты (включающие отчисления франчайзеру и др.).

Для выбора наиболее приемлемого для ОАО «Электроаппаратура» варианта производства на основании полученных данных было построено дерево решений (рис. 2).

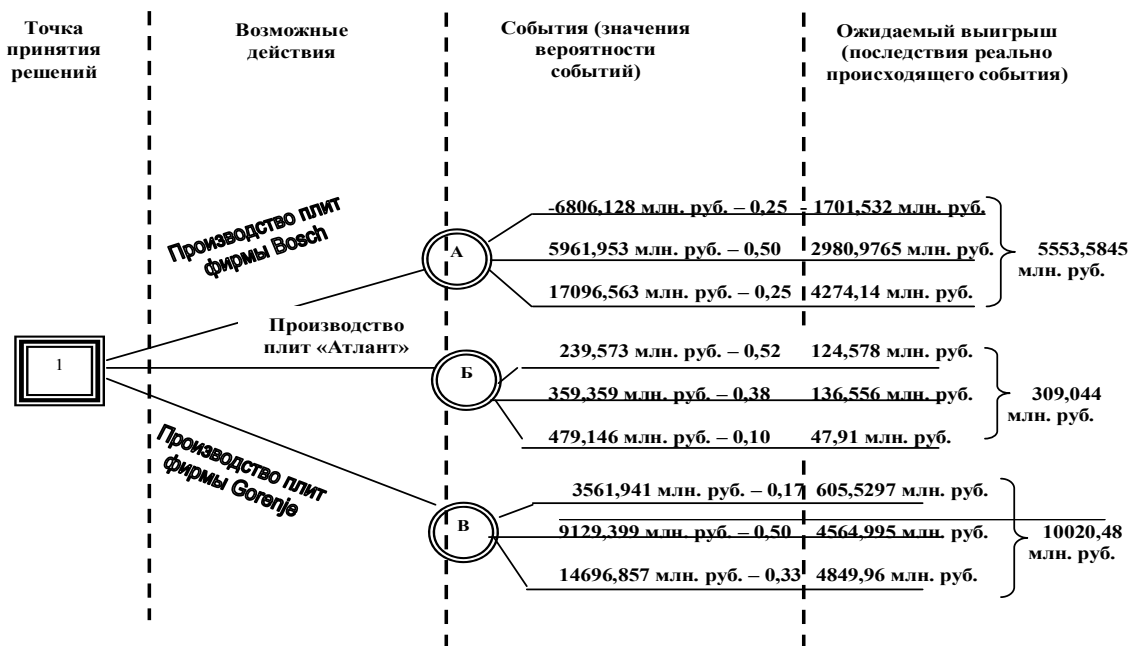


Рис. 2. Дерево решений

Как видно из представленного дерева решений, наибольшую прибыль от реализации плит ОАО «Электроаппаратура» получит при приобретении франшизы «Gorenje». Это говорит о том, что при поиске вариантов о повышении конкурентоспособности предприятия необходимо принимать в расчет и такую форму сотрудничества как приобретение франшизы, которая в последнее время становится все более популярной.